

## IDŹ DO

PRZYKŁADOWY ROZDZIAŁ



SPIS TREŚCI

## KATALOG KSIĄŻEK

KATALOG ONLINE

ZAMÓW DRUKOWANY KATALOG

## TWÓJ KOSZYK

DODAJ DO KOSZYKA

## CENNIK I INFORMACJE

ZAMÓW INFORMACJE  
O NOWOŚCIACH

ZAMÓW CENNIK

## CZYTELNIA

FRAGMENTY KSIĄŻEK ONLINE

# Grzeczne dziewczynki nieźle sprzedają. W czym są lepsze od kolegów handlowców?

Autor: Elinor Stutz

Tłumaczenie: Agnieszka Sobolewska

ISBN: 978-83-246-0946-8

Tytuł oryginału: [Nice Girls Do Get The](#)

[Sale: Relationship Building That Gets Results](#)

Format: A5, stron: 240



### Podręcznik sprzedaży „na grzeczną dziewczynkę”

My, kobiety, subtelniej i skuteczniej poruszamy się w sieci kontaktów międzyludzkich, zbliżamy do klientów, składamy oferty handlowe i wzbudzamy zaufanie. Dostrzegamy niuanse, których nasi (często gruboskórni) koledzy nie zauważają. Krótko mówiąc, mamy wszystko, co trzeba, aby bić handlowców płci męskiej na głowę.

Jeśli jesteś grzeczną dziewczynką, podbijasz świat pracowitością i sumiennością. Bycie grzeczną dziewczynką popłaca. I to, jak na ironię, popłaca właśnie w sprzedaży – w świecie twardych zagrywek, manipulacji i ustawicznie nadużywanego zaufania. To właśnie tu – jak nigdzie indziej w biznesie – brakuje kobiecego ciepła i życzliwości. Z tej książki dowiesz się, jakie możliwości czekają grzeczną dziewczynkę w twardym świecie handlu:

- sprzedawanie produktów nowych i nieznanymi marek na rynku opanowanym przez gigantów,
- pisanie e-maili i listów handlowych, których klient nie ma prawa odrzucić,
- prezentacja handlowa grzecznej dziewczynki,
- dostrzeganie ważnych sygnałów (umiejętność przejrzenia na wylot maski klienta),
- zdobywanie sprzymierzeńców (konsekwentne i owocne poszerzanie sieci kontaktów),
- łączenie technik sprzedaży z Twoim stylem osobowości.

„Grzeczna, wytrwała, skromna, pracowita, solidna, wiarygodna, świecąca przykładem, ambitna, niezawodna, pomocna, życzliwa, rozsądna i uczciwa... czy szefowie i klienci mogą chcieć od Ciebie więcej?”

Elinor Stutz



# Spis treści

<b>Podziękowania</b>	7
<b>Wstęp</b>	9
<b>Filozofia grzecznych dziewczynek</b>	13
<b>Rozdział 1. Zamykanie transakcji a zakończenie rozmowy</b>	15
Dlaczego większość ludzi czuje obawę przed zamykaniem transakcji i dlaczego boi się składać propozycję transakcji? .....	16
Jak proponować transakcję, nie wchodząc w rolę „niegrzecznej dziewczynki”? .....	17
<b>Rozdział 2. Osobowość sprzedawcy — czy masz to, co trzeba?</b>	21
Moja historia .....	24
<b>Rozdział 3. Wyrwać mimo wszystko</b>	27
Przygrywka do pierwszej pracy w sprzedaży .....	27
Kolejny sprawdzian podczas rozmowy kwalifikacyjnej .....	29
Moe .....	31
<b>Rozdział 4. Jak pokonać znanego dostawcę, będąc jeszcze amatorem i sprzedając nieznaną markę</b>	41
Poznane strategie sprzedaży .....	49
<b>Rozdział 5. Dwa najważniejsze klucze do sukcesu</b>	53
Klucz nr 1. Pasja .....	53
Klucz nr 2. Unikaj sinusoidy .....	57

<b>Rozdział 6. Pracuj na sukces każdego dnia</b>	<b>59</b>
Wprowadź codzienną rutynę .....	60
System zarządzania bazą kontaktów .....	61
System punktowy .....	63
Liczba potencjalnych klientów a liczba zamkniętych transakcji ....	65
<b>Rozdział 7. Jak sobie radzić z kierownictwem</b>	<b>67</b>
<b>Rozdział 8. Jak zarządzać swoją karierą</b>	<b>73</b>
Dodatkowe wskazówki dotyczące sprzedaży produktów podłączanych do sieci .....	81
Świetnie na wszystkich frontach .....	85
Jak powiększać swoją pulę klientów .....	87
Podsumowanie strategii sprzedaży .....	95
<b>Rozdział 9. Dzwoneczek, czyli musisz     naprawdę uwierzyć</b>	<b>97</b>
Wytrwałość grzecznych dziewczynek .....	102
<b>Rozdział 10. Jak dobrze zacząć</b>	<b>105</b>
W terenie .....	106
Przez telefon .....	110
Jak dobrze wykorzystywać wiadomości telefoniczne? .....	113
E-mail — dodatkowe wzmocnienie przekazu .....	114
Wizyty w terenie w okresie świąt .....	117
Wyjątkowe materiały korespondencyjne .....	119
Rady końcowe .....	122
<b>Rozdział 11. Jak rozszerzyć sieć kontaktów</b>	<b>123</b>
Komunikaty o znaczeniu marketingowym .....	125
Prelegenci .....	128
Mentorzy .....	129
Wskazówki .....	131
<b>Rozdział 12. Przygotuj się do spotkania</b>	<b>133</b>
<b>Rozdział 13. Pierwsza prezentacja — Ty sama</b>	<b>137</b>
<b>Rozdział 14. Mowa ciała — inny rodzaj DNA</b>	<b>143</b>
Obserwacje podniosą Twoje wyniki sprzedaży! .....	147
Pod czujnym okiem .....	150
<b>Rozdział 15. Detektyw w holu</b>	<b>151</b>
Obrazy, zdjęcia i plakaty na ścianach .....	152



# 2

## **Osobowość sprzedawcy — czy masz to, co trzeba?**

Aby rozpocząć karierę w sprzedaży albo rozkręcić biznes, potrzeba wiele odwagi. Dla kobiety podjęcie pracy w sprzedaży wiąże się ze szczególnymi wyzwaniami. Oprócz oferowania wartości i promowania własnych usług trzeba także poznać pewne nienamagalne aspekty, takie jak ludzkie emocje oraz idee i słowa, które motywują rozmówców do zostania naszymi klientami.

Odkrywanie tych niematerialnych wartości opiera się na Twojej zdolności do odczytywania reakcji potencjalnego klienta. Zwróć uwagę na to, kiedy twarz mu się rozjaśnia, a kiedy marszczy brwi, co go ekscytuje, a co sprawia, że krzyżuje ręce na piersi. Zaobserwuj, co takiego robisz, aby zmotywować potencjalnego klienta do przejścia do następnego etapu cyklu sprzedaży.

Oprócz celów sprzedażowych musisz ustalać sobie osobiste cele dotyczące zdobywania wiedzy, dzięki której osiągniesz sukces. W kategorii wiedzy mieszczą się umiejętności sprzedażowe, znajomość własnej branży, modele biznesowe najważniejszych konkurentów oraz branże i firmy Twoich potencjalnych klientów.

Realizacja wszystkich tych celów zajmuje bardzo dużo czasu i będziesz mieć wrażenie, że się cofasz, zamiast posuwać się naprzód. Musisz być gotowa, aby wytrwać na przekór trudnościom. Kolejnym kluczem do sukcesu jest przyjmowanie negatywnych komentarzy uprzejmie, z uśmiechem, tak jak przystało na grzeczną dziewczynkę, a potem robić swoje z jeszcze większą determinacją. Najczęściej okazuje się, że ta negatywna postawa danej osoby wynika z jej braku wiary w siebie. Boi się, że uda Ci się to, co jej się nie powiodło. Wszystko zależy od Twojego nastawienia. Jeśli ta negatywnie odnosząca się do Ciebie osoba boi się Twojego przyszłego sukcesu, to znaczy, że naprawdę wierzy, iż Ci się uda. Dlatego powinnaś na negatywne komentarze reagować uśmiechem! Przekształć negatywne odczucia w motywację dającą Ci napęd do odniesienia sukcesu.

Branża kserokopiarek w latach 90. była tak trudna i wiązała się z tak dużą rywalizacją, że aż trudno było nadążyć z liczeniem przychodzących nowych pracowników i odchodzących starych. Sprzedawcy po prostu się poddawali. Nie byli gotowi na włożenie wysiłku w pokonanie przeszkód czy w zmotywowanie się do przejścia na następny poziom.

Jedno z moich ulubionych wspomnień wiąże się z moją pierwszą pracą. Prowadziłam spis osób, które zatrudniły się w firmie i odeszły w ciągu 30 dni lub jeszcze szybciej. Trzeba tu zaznaczyć, że wszystkie te osoby były mężczyznami. Kiedy zapisywałam ich nazwiska w notatniku i wykreślałam je, kiedy odchodzili, zastanawiałam się, czy kobiety też by tak szybko rezygnowały, gdyby dano im taką okazję. A oni odchodzili, nie oglądając się za siebie.

Z podstawowej grupy pięciu handlowców dwóch odeszło przed końcem pierwszego roku. Jeden z nich zajmował się sprzedażą specjalistycznego kalkulatora, którego rynek szybko się kurczył. Drugi należał do kategorii sprzedawców bojących się proponować transakcję. Potrafił zaprzyjaźnić się z potencjalnymi klientami, ale czuł obawę przed pomaganiem im w rozwiązywaniu problemów i proponowaniem dokonania zakupu.

Kolega, który przypomniał mi kilka nazwisk z mojego spisu, był w biurze w San Francisco tego dnia, kiedy złożyłam wypowiedzenie. Przetaksowałam mu tę listę, z moim wykreślonym nazwiskiem na samej górze. Ku mojemu zaskoczeniu i zażenowaniu akurat w momencie otrzymania listy przy faksie stał dyrektor działu sprzedaży.

Jego mój spis, zatytułowany „Firmowa lista ludzi do odstrzału”, nie rozbawił, ale mój kolega zaśmiewał się do rozpuku.

Zawsze odnosić sukces — to moja mantra. Gdyby w którymś momencie powinęła mi się noga, byłby to dla mnie straszny wstyd. Nie znam słowa „porażka”. Niepowodzenie po prostu nie wchodzi dla mnie w grę. Kiedy napotykam trudności, staję z boku i analizuję, w którym miejscu utknęłam i jakie mam możliwości, i układam dalszy plan działania.

Wiara we własne pomysły i zdolności zawsze pomagała mi przejść przez trudny okres. Chciałabym wręcz publicznie podziękować tym osobom, które przewracały oczami i szyderczo się uśmiechały, kiedy mówiłam im, na co mam zamiar się porwać. Dziękuję także tym, którzy mówili:

*„Już za dużo ludzi oferuje szkolenia z zakresu sprzedaży, książki i płyty CD”*

oraz:

*„To mit, że można zarobić w internecie — nie wierz w to i nie marnuj czasu”.*

Dlaczego, zapytasz, miałabym dziękować tym ludziom? Uwielbiam trudne wyzwania, a oni właśnie takie przede mną postawili. Opracowywanie kreatywnych, nowych metod osiągnięcia celów stanowi część tego wyzwania i zabawy związanej z rywalizacją. Poza tym czerpię ogromną satysfakcję z udowodnienia, że mam rację!

## Moja historia

Przez piętnaście lat wychowywałam w domu dwoje dzieci. Przez ostatnie osiem lat prowadziłam z domu firmę oferującą usługi z zakresu przepisywania i edycji tekstów, którą zajmowałam się, kiedy dzieci były w szkole.

Dochody tej firmy pomagały w codziennych wydatkach, były jednak ograniczone. Siedzieć przy klawiaturze i pisać można tylko przez skończoną liczbę godzin dziennie, a za godzinę takiej usługi można pobierać tylko pewną określoną kwotę.

Oboje z mężem wiedzieliśmy, że pewnego dnia będę musiała zacząć pracować w pełnym wymiarze godzin. Mieliśmy duże wątpliwości co do moich umiejętności i predyspozycji, skoro siedziałam przez piętnaście lat w domu. Pewnego wieczoru mąż przyszedł do domu i oznajmił:

*„Już wiem. Masz osobowość sprzedawcy!”.*

Z niedowierzaniem zapytałam cicho:

*„To komplement czy obelga?”.*

Na początku wyobrażałam sobie sprzedawcę jako nieogolonego, żującego gumę handlarza używanymi samochodami w kraciatej marynarce. Samo słowo „sprzedawca” kojarzyło mi się niezbyt przyjemnie.

Teraz, z perspektywy czasu, wiem, że to prawda — faktycznie **mam** osobowość sprzedawcy. Zaczęłam zupełnie inaczej postrzegać znaczenie tego słowa.

Jako sprzedawca mam intuicję i potrafię odczytywać zamiary innych ludzi. Jako kobietę handlowca obchodzi mnie to, co mówią mi moi klienci, i staram się pomóc im w osiągnięciu celów. Kobiety mają na ogół większą potrzebę bycia lubianą i dbają o to, by potrzeby wszystkich zostały spełnione. Specjalistki ds. sprzedaży zwykle zrobią więcej dla zapewnienia satysfakcji klienta, łącznie ze zwracaniem bacniejszej uwagi na szczegóły. Oznacza to więcej pracy, ale w efekcie przynosi świetnie prosperujący interes dzięki stałym klientom, rekomendacjom i referencjom. Większość mężczyzn sprzedawców, z którymi pracowałam, tego nie rozumie. Na ogół dążą oni do szybkiego zysku, a potencjalni klienci to wyczuwają i wolą



kupować od konkurencji. To z kolei decyduje o szybkiej rotacji sprzedawców i ich braku sukcesów.

.....  
 Troszcz się o innych, a oni w zamian okażą Ci lojalność.  
 .....

Odpowiedz sobie na następujące pytania:

- ◆ Czy uwielbiasz wyzwania?
- ◆ Masz determinację, aby pokazać, że masz słuszość?
- ◆ Szukasz twórczych rozwiązań?
- ◆ W większości spraw jesteś nieustępliwa?
- ◆ Nie przejmujesz się, kiedy inni mówią „Nie” albo „Nie dasz rady”?
- ◆ Bronisz własnego zdania?
- ◆ Lubisz rywalizację i stosowanie różnych wybiegów i sztuczek?
- ◆ Lubisz znajdować rozwiązania i pomagać ludziom?
- ◆ Wolisz sytuację, w której korzyści odnosisz i Ty, i klienci?
- ◆ Przyjemność sprawia Ci to, że jesteś znana z osiągnięcia świetnych wyników w swojej firmie lub specjalności?

Są to niezbędne cechy skutecznej specjalistki ds. sprzedaży.